

ЗАТВЕРДЖУЮ

Голова науково-методичної
ради НУВГП
е-підпис Олег ЛАГОДНЮК

05.11.2020

06-13-06S

СИЛАБУС

навчальної дисципліни

**Методологія наукових
досліджень**

Шифр за ОП

Освітній рівень:
магістерський (другий)

Галузь знань
**Управління та
адміністрування**

Спеціальність
Маркетинг

Освітня програма:

Маркетинг

SYLLABUS

Methodology of scientific research

Code in Educational Program

Educational level:
master's (second)

Field of knowledge:
**Management and
administration**

Field of study:
Marketing

Educational Program:

Marketing

Силабус навчальної дисципліни «**Методологія наукових досліджень**» для здобувачів вищої освіти другого (магістерського) рівня, спеціальності 075 Маркетинг, освітньо-професійної програми «Маркетинг» Рівне. НУВГП. 2020. стор. 15.

ОПП на сайті університету: <http://ep3.nuwm.edu.ua/18898/>

Розробники силабусу:

Мальчик М.В., доктор економічних наук., професор кафедри маркетингу;

Коротун О.П., ст. викладач кафедри маркетингу

Силабус схвалений на засіданні кафедри

Протокол № 3 від “ 27” жовтня 2020 року

Завідувач кафедри:

Мальчик М.В., д.е.н, професор.

Керівник ОПП:

Мартинюк О.В, к.е.н., доцент

Схвалено науково-методичною радою з якості ННІЕМ

Протокол № 11 від “29” жовтня 2020 року

Голова науково-методичної ради з якості ННІ:

Ковшун Н.Е., д.е.н., професор

СЗ №-5016 в ЕДО.

© Мальчик М.В.,
Коротун О.П., 2020
© НУВГП, 2020

ЗАГАЛЬНА ІНФОРМАЦІЯ

Ступінь вищої освіти: *магістр*

Освітня програма *Маркетинг*

Спеціальність *075 Маркетинг*

Рік навчання, *1*

семестр *2*

Кількість кредитів *3*

Лекції: *16 годин*

Практичні заняття: *14 години*

Самостійна робота: *60 годин*

Курсова робота: *ні*

Форма навчання *денна, заочна*

Форма підсумкового контролю *залік*

Мова викладання *українська*

ІНФОРМАЦІЯ ПРО ВИКЛАДАЧА

ПРОФАЙЛ ЛЕКТОРА



*Мальчик Мар'яна Василівна
доктор економічних наук.,
професор кафедри маркетингу*

Вікіситет <https://cutt.ly/5gPfiUc>

ORCID <https://orcid.org/0000-0002-0917-191X>

Як комунікувати m.malchuk@nuwm.edu.ua

тел. +38-097-751-66-51

*Актуальні оголошення на сторінці дисципліни в системі
MOODLE*

ПРОФАЙЛ АСИСТЕНТА



*Коротун Ольга Петрівна,
старший викладач кафедри маркетингу*

Вікіситет <https://cutt.ly/agPfgC2>

ORCID <https://orcid.org/0000-0003-4657-1274>

Канали комунікації o.p.korotun@nuwm.edu.ua

тел. +38-067-382-74-27

Актуальні оголошення на сторінці дисципліни в системі MOODLE

ПРО ДИСЦИПЛІНУ

Анотація
навчальної
дисципліни,
в т.ч. мета та цілі

Предметом вивчення початкової дисципліни є методика та організація наукових досліджень.

Основна мета дисципліни - сформувати професійні науково-дослідні компетенції, що забезпечують здатність і готовність студентів до самостійного виконання науково-дослідної діяльності.

Завданнями вивчення дисципліни є:

- формування компетенцій необхідних для здійснення науково-дослідницької діяльності з використанням їх в процесі підготовки магістерських робіт;
- отримання системного знання про сучасні методи наукових досліджень в галузі дослідження, вміння застосувати ці знання у своїх наукових дослідженнях;
- здатність виявляти і формулювати актуальні проблеми та тенденції, критично оцінювати результати вітчизняних і зарубіжних дослідників з обраної теми;
- володіння методами кількісного і якісного аналізу, моделювання, теоретичного і експериментального дослідження;
- здатність формулювати і перевіряти наукові гіпотези, вибирати і обґрунтовувати інструментальні засоби;
- відпрацювання умінь і навичок організації дослідницької діяльності при роботі з вторинними даними (статистичні дані, звіти урядів і компаній, наукові публікації і т.п.);
- формування навичок організації самостійної науково-дослідницької роботи і презентації результатів наукових досліджень.

У результаті вивчення дисципліни студенти повинні знати:

- 1) основні загальнонаукові методи наукових досліджень і методики їх застосування у економічній практиці;
- 2) актуальні проблеми і напрями сучасних досліджень в досліджуваній галузі;
- 3) понятійно-категорійний апарат теорії і методології наукових досліджень;
- 4) правила постановки дослідницької проблеми;
- 5) правила формування і перевірки наукових гіпотез;
- 6) загальнонаукові та спеціальні методи наукових досліджень;
- 7) способи вибору і обґрунтування методології наукового дослідження.

У результаті вивчення дисципліни студенти повинні уміти:

- 1) ставити мету і завдання дослідження, обирати кращий спосіб і методи досягнення поставленої мети;
- 2) діагностувати основну дослідницьку проблему;
- 3) формувати проблемне поле дослідження;
- 4) працювати з науковою літературою, готувати аналітичний огляд статей за темою дослідження;
- 5) формулювати наукові гіпотези і розробляти програми наукових досліджень;
- 6) здійснювати збір та обробку емпіричної інформації за темою дослідження;
- 7) здійснювати критико-конструктивний аналіз наукових текстів та результатів дослідження колег;
- 8) аргументувати власні висновки, обґрунтовувати свою точку зору і захищати результати дослідження.

Посилання на розміщення навчальної дисципліни на навчальній платформі Moodle
Компетентності

Всі навчально-методичні матеріали (робоча програма, методичні вказівки, навчальні посібники) вільно доступні на сторінці дисципліни в Навчальній платформі НУВГП: <https://exam.nuwm.edu.ua/course/view.php?id=2133>

ІК. Здатність розв'язувати складні задачі і проблеми в сфері маркетингу в професійній діяльності або у процесі навчання, що передбачає проведення досліджень та/або здійснення інновацій та характеризується невизначеністю умов і вимог.

СК1. Здатність логічно і послідовно відтворювати та застосовувати знання з найновіших теорій, методів і практичних прийомів маркетингу.

СК2. Здатність коректно інтерпретувати результати останніх теоретичних досліджень у сфері маркетингу та практики їх застосування.

Програмні
результати
навчання

P6. Вміти підвищувати ефективність маркетингової діяльності ринкового суб'єкта на різних рівнях управління, розробляти проекти у сфері маркетингу та управляти ними.

P7. Вміти формувати і вдосконалювати систему маркетингу ринкового суб'єкта.

P9. Розуміти сутність та особливості застосування маркетингових інструментів у процесі прийняття маркетингових рішень.

P11. Використовувати методи маркетингового стратегічного аналізу та інтерпретувати його результати з метою вдосконалення маркетингової діяльності ринкового суб'єкта.

Перелік
соціальних,
«м'яких» навичок
(soft skills)

Комунікативні навички

Вміння критично мислити

Уміння знаходити мету

Уміння працювати в команді

Уміння аргументувати свою думку

Уміння надихатися новими ідеями

Вміння організуватися в команду

Вміння розв'язувати комплексні складні проблеми і задачі

Вміння входити в групу або колектив і вносити свій внесок

Структура
навчальної
дисципліни

Навчальна дисципліна складається з 16 годин лекційних занять, 14 годин практичних занять та 60 годин самостійної роботи.

Модуль 1.

Змістовий модуль 1.

Наука як творчість.

Тема 1. Наукове пізнання як предмет методологічного аналізу

(3 год. - лекцій, 2 год. – практичних занять, 5 год. – самостійна робота)

Буденне і наукове пізнання, їх спадкоємність. Поняття категорій науки. Поняття творчості і його етапи: збір інформації; формулювання проблеми; рішення проблеми; перевірка і обробка результату. Наукове дослідження. Стадії проведення наукового дослідження.

Тема 2. Методологія наукової творчості

(1 год. - лекцій, 1 год. – практичних занять, 5 год. – самостійна робота)

Поняття методу і методології науки. Зміст і структура методології. Енциклопедичні та авторські визначення методології. Форми існування методологічного знання. Науковий метод як засіб раціонального пізнання. Методи, які використовуються при проведенні наукового дослідження:

загальні, загальнонаукові, конкретно-наукові.

Тема 3. Методи соціально-гуманітарного дослідження

(1 год. - лекцій, 1 год. – практичних занять, 5 год. – самостійна робота)

Поняття наукового методу та його типологія. Підходи до класифікації методів дослідження. Філософські, загальнонаукові та спеціальні методи наукового дослідження. Класифікація методів за: ступенем спільності (загальнонаукові і специфічні); рівнем абстракції (емпіричні та теоретичні); етапом НДР (спостереження, абстрагування, узагальнення, доказ).

Теоретичні методи: абстрагування, ідеалізація, узагальнення, аналогія, екстраполяція, порівняння, ідентифікація, індукція, дедукція, інтуїція, систематизація, класифікація та типологія, структурний, логічний, аксіологічний, (ціннісний) методи. Емпіричні методи: вимірювання, опис, експеримент, статистичний. Діалектичний метод як дослідження єдності протилежностей.

Змістовий модуль 2.

Методика пошуку, розробки та оформлення наукових досліджень

Тема 4. Наукова проблема

(1 год. - лекцій, 1 год. – практичних занять, 5 год. – самостійна робота)

Наукова проблема як усвідомлення формулювання концепції про незнання. Різниця проблем за ступенем їх структуризації. Етапи породження і критерії постановки проблеми. Зміст проблеми: визначеність, послідовність, несуперечливість науковим законам. Умова істинності проблеми - властивість її доказовості. Складові компоненти - проблеми - теми.

Тема 5. Постановка проблеми наукового дослідження та логіка її доведення.

(1 год. - лекцій, 1 год. – практичних занять, 5 год. – самостійна робота)

Програма наукового дослідження, загальні вимоги, вибір теми і проблеми. Вимоги до формулювання наукової роботи: актуальність, новизна, визначеність понять; стислість. Предмет і об'єкт наукового дослідження, мета, завдання, висунення робочої гіпотези наукового дослідження. Аналіз розробленості проблеми, фокусування новизни, діалог з авторами.

Тема 6. Гіпотеза і її роль в науковому дослідженні

(1 год. - лекцій, 1 год. – практичних занять, 5 год. –

самостійна робота)

Гіпотеза в системі наукового пізнання. Структура гіпотези. Основні вимоги до наукових гіпотез. Критерії оцінки гіпотези. Принципи відбору гіпотез.

Тема 7. Методи аналізу і побудови наукових теорій

(1 год. - лекцій, 1 год. – практичних занять, 5 год. – самостійна робота)

Наукова теорія: визначення та основні характеристики. Класифікація наукових теорій. Структура наукових теорій. Методи, що застосовуються в наукових дослідженнях. Інструменти і методи формування теорій.

Тема 8. Методи перевірки гіпотез і теорій

(1 год. - лекцій, 1 год. – практичних занять, 5 год. – самостійна робота)

Особливості перевірки наукових теорій. Підтвердження і спростування теорій. Методи і моделі наукового пояснення.

Тема 9. Системний метод дослідження

(1 год. - лекцій, 1 год. – практичних занять, 5 год. – самостійна робота)

Основні особливості системного методу дослідження. Основні принципи системного методу дослідження. Система і структура системи. Класифікація систем. Методи системного дослідження.

Тема 10. Методологія експериментального дослідження

(1 год. - лекцій, 1 год. – практичних занять, 5 год. – самостійна робота)

Наукові факти. Класифікація, структура експерименту. Функції експерименту в науковому дослідженні. Методи експериментального дослідження. Аналіз теоретико-експериментального дослідження.

Тема 11. Методи моделювання.

(1 год. - лекцій, 1 год. – практичних занять, 5 год. – самостійна робота)

Система моделювання. Етапи розробки системи моделей, етапи практичного моделювання.

Тема 12. Підготовка наукового дослідження

(3 год. - лекцій, 2 год. – практичних занять, 5 год. – самостійна робота)

Науковий аналіз і науковий синтез як основна форма наукової роботи. структура і логіка наукового дослідження. Вибір теми,

план роботи, бібліографічний пошук, відбір літератури і фактичного матеріалу. Архітектура дослідження. Категорійний апарат, поняття, терміни, дефініції, теорії, концепції, їх співвідношення. Розподіл і структура матеріалу. Розкриття завдань, інтерпретація даних, синтез основних результатів. Правила і наукова етика цитування: наукові школи, напрямки, персоналії. Науковий апарат дослідження. Жанр і стиль викладу матеріалу. Академічний стиль і особливості мови дослідження. Каталогізація літератури.

Методи, технології навчання та викладання:

проблемно-пошуковий метод; навчальна дискусія/дебати; мозковий штурм; кейс-стаді/аналіз ситуації.

Засоби навчання: мультимедіа, проекційна апаратура, інформаційно-комунікаційні системи, роздаткові друковані матеріали.

Методи
оцінювання та
структура
оцінки

Для досягнення цілей та завдань курсу студентам потрібно вчасно виконати практичні, індивідуальні та самостійні завдання, вчасно здати модульні контролі роботи. Викладач проводить оцінювання індивідуальних завдань студентів шляхом аналітичного дослідження разом із студентом.

За вчасне та якісне виконання практичних, індивідуальних та самостійних завдань, здобувач вищої освіти отримує такі **обов'язкові бали:**

42 бали – усні, письмові практичні завдання,

18 балів – завдання самостійної роботи студента.

Всього поточна складова оцінювання: 60 балів.

Модульна складова оцінювання:

Модульний контроль № 1 – 20 балів,

Модульний контроль № 2 – 20 балів.

Всього модульна складова оцінювання: 40 балів.

Разом: 100 балів.

Студенти можуть отримати **додаткові бали** за: виконання рефератів, есе дослідницького характеру, наукових тез або статей за темою курсу. Тему можуть дослідницької роботи вибрати самостійно за погодженням із викладачем. Додаткові бали студентам також можуть бути зараховані за конкретні пропозиції з удосконалення змісту навчальної дисципліни.

Модульний контроль проходитиме у формі тестування.

У тесті 16 запитань 3-ох рівнів складності:

рівень 1 – 10 питань по 1 балу (усього – 10 балів),

рівень 2 – 4 питань по 1,5 бали (усього – 6 балів),

рівень 3 – 2 питання по 2 бали (усього – 4 бали).

Усього за модульний контроль – **20 балів.**

Лінк на нормативні документи, що регламентують проведення

поточного та підсумкового контролів знань студентів, можливість їм подання апеляції: <http://nuwm.edu.ua/strukturni-pidrozdili/navch-nauk-tsentr-nezaleznoho-otsiniuvannia-znan/dokumenti>.

| | |
|--|--|
| Місце навчальної дисципліни в освітній траєкторії здобувача вищої освіти | Вивченню даної дисципліни передуює вивчення дисциплін першого (бакалаврського) освітнього рівня. Для вивчення даного курсу студентам необхідні знання з таких дисциплін: маркетинг, маркетингова товарна політика, економічний механізм маркетингу, маркетингові дослідження, маркетингове ціноутворення, рекламна діяльність, маркетингові комунікації та інші. |
| Інформаційні ресурси | <p style="text-align: center;">Базова</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Вихрущ В. О. Методологія та методика наукового дослідження [Текст] : навч. посіб. / В. О. Вихрущ, Ю. М. Козловський, Л. І. Ковальчук ; Нац. ун-т "Львів. політехніка". - Львів : Вид-во Львів. політехніки, 2018. - 327 с. : рис., табл. 2. Ладанюк А.П. Методологія наукових досліджень: Навч. посіб. / А.П. Ладанюк, Л.О. Власенко, В.Д. Кишенько. – Київ : Видавництво Ліра-К, 2018. – 352 с. 3. Маркетинг у галузях і сферах діяльності [Текст] : навч. посіб. / За ред. І.М. Буднікевич. – К. : ЦУЛ, 2013. – 536 с. 4. Маркетинг: Навч. посібник / М.В. Мальчик, Н.А. Гонтаренко, О.В. Попко, З.О. Толчанова, Б.О.Король, О.В. Мартинюк, С.І. Коваль; за заг. ред. д.е.н., проф.. Мальчик М.В. – Рівне: НУВГП, 2014. – 444 с. 5. Маркетингово-логістичні процеси в економіці: теорія та практика : монографія / М. В. Мальчик, О. В. Попко, Н. А. Гонтаренко [та ін.] ; за ред. М. В. Мальчик. – Рівне : НУВГП, 2015. – 197 с. 6. Швець Ф. Д. Методологія та організація наукових досліджень : навч. посіб. / Ф. Д. Швець. – Рівне : НУВГП, 2016. – 151 с. <p style="text-align: center;">Допоміжна</p> <ol style="list-style-type: none"> 7. Арутюнов В.Х., Мішин В.М., Свінціцький В.М. Методологія соціально-економічного пізнання: Навч. посібник / В.Х. Арутюнов, В.М. Мішин, В.М. Свінціцький. – К.: КНЕУ, 2004.–204 с. 8. Бірта Г.О., Методологія і організація наукових досліджень. Навчальний посібник рекомендовано МОН України - К.: Центр учбової літератури, 2016. – 142с. 9. Гончаров С.М. Студентські наукові дослідження в кредитно-модульній системі організації навчального процесу: Навчально-методичний посібник / С.М. Гончаров. – Рівне: НУВГП, 2006.–127 с. |

10. Гончаров С.М., Гурин В.А. Методи та технології навчання в кредитно-трансферній системі організації навчального процесу: Навч.-метод. Посібник/ С.М. Гончаров, В.А. Гурин. – Рівне: НУВГП, 2010.–451 с.
11. Гордійчук А.С. Основи наукових досліджень: навч. посіб / А.С. Гордійчук, О.С. Стахів. – Рівне : НУВГП, 2008. – 331 с.
12. Зацерковний В. І. Методологія наукових досліджень : навч. посіб. / В. І. Зацерковний, І. В. Тішаєв, В. К. Демидов. – Ніжин : НДУ ім. М. Гоголя, 2017. – 236 с.
13. Кір'янов В.М. Основи наукових досліджень: Навч. посібник для економічних спеціальностей/В.М. Кір'янов. – Рівне: НУВГП, 2008.– 286 с.
14. Ковальчук В.В. Основи наукових досліджень: Навч. Посібник / В.В. Ковальчук. – К.: Слово, 2009.– 240 с.
15. Конверський А.Є., Основи методології та організації наукових досліджень: Навч. посіб. для студентів, курсантів, аспірантів і ад'юнтів / за ред. А. Є. Конверського. — К.: Центр учбової літератури, 2010. — 352 с.
16. Корягін М.В., Основи наукових досліджень. Навчальний посібник – Алерта, Правова єдність, 2014. – 600с.
17. Крушельницька О.В. Методологія та організація наукових досліджень: Навч. Посібник/ О.В. Крушельницька. – К.: Кондор, 2009.– 206 с.
18. Мальчик М.В. Інформаційне забезпечення організації рефлексивних впливів у маркетинговій діяльності підприємства / М.В. Мальчик, І.О. Оплачко // Розвиток маркетингу в умовах інформатизації суспільства : [колективна монографія] / під заг ред. професора Пилипчука В.П. – Київ: КНЕУ, 2018. – 854 с.
19. Мальчик М.В. Рефлексивное управление конкурентоспособностью промышленных предприятий : моногр. // Донецк-Ровно : ЧП Лапсюк В.А., 2010. – 216 с.
20. Макогон Ю.В., Пилипенко В.В. Основи наукових досліджень в економіці: Навч. Посібник / Ю.В. Макогон, В.В. Пилипенко. – 2 вид. – Донецьк: Альфа-прес, 2007.– 144 с.
21. П'ятницька-Позднякова І.С. Основи наукових досліджень у вищій школі: Навч. Посібник / І.С. П'ятницька-Позднякова. – К.: КНЕУ, 2003.–116 с.
22. Ростовський В.С., Дібрівська Н.В. Основи наукових досліджень і технічної творчості: Підручник / В.С. Ростовський, Н.В. Дібрівська. – К.: Центр учбової літератури, 2009.–296 с.
23. Стеченко Д.М., Чмир О.С. Методологія наукових досліджень: Підручник / Д.М. Стеченко, О.С. Чмир. – К.:

Знання, 2005.–309 с.

24. Тимейчук О.Ю., Кузьменко В.М., Тимейчук Т.Б. Інформаційні системи та математичні методи наукових досліджень: Навч. Посібник / О.Ю. Тимейчук, В.М. Кузьменко, Т.Б. Тимейчук. – Рівне: НУВГП, 2011.– 117 с.
25. Шейко В.М., Кушнарєнко Н.М. Організація та методика науково-дослідної діяльності: Підручник. – 3-тє вид. / В.М. Шейко, Н.М. Кушнарєнко. – К.: Знання-Прес, 2003.–295 с.

Інформаційні ресурси

26. Marketer – інформаційний портал, присвячений бізнесу, маркетингу, рекламі, фінансовим ринкам, інтернет-технологіями, новинкам в технічній сфері, саморозвитку. Режим доступу: <https://marketer.ua/>
27. Журнал «Маркетинг і реклама». Режим доступу: <https://www.mr.com.ua/>
28. Журнал «Новий маркетинг». Режим доступу: <http://marketing.web-standart.net/>
29. Інформаційні ресурси у цифровому репозиторії наукової бібліотеки НУВГП [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ep3.nuwm.edu.ua>.
30. Маркетинг Бізнес. Режим доступу: <http://www.marketing.biz.ua>
31. Портал, присвячений ринку маркетингу, реклами, PR в Україні. Режим доступу: <http://sostav.ua/>
32. Рівненська державна обласна бібліотека [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.lib.rv.ua/>.

ПРАВИЛА ТА ВИМОГИ (ПОЛІТИКА)

| | |
|-----------------------------------|--|
| Дедлайни та перескладання | Ліквідація академічної заборгованості здійснюється згідно «Порядку ліквідації академічних заборгованостей у НУВГП», http://ep3.nuwm.edu.ua/4273/ . Згідно цього документу і реалізується право студента на повторне вивчення дисципліни чи повторне навчання на курсі. Перездача модульних контролів здійснюється згідно http://nuwm.edu.ua/strukturi-pidrozdzili/navch-nauk-tsentr-nezaleznoho-otsiniuvannia-znan/dokumenty . Оголошення стосовно дедлайнів здачі та перездачі оприлюднюються на сторінці MOODLE https://exam.nuwm.edu.ua/ . |
| Правила академічної доброчесності | За списування під час проведення модульного контролю чи підсумкового контролю, студент позбавляється подальшого права здавати матеріал і у нього виникає академічна заборгованість. За списування під час виконання окремих завдань, студенту знижується оцінка у відповідності до ступеня порушення |

академічної доброчесності.

Документи стосовно академічної доброчесності (про плагіат, порядок здачі курсових робіт, кодекс честі студентів, документи Національного агентства стосовно доброчесності) наведені на сторінці ЯКІСТЬ ОСВІТИ сайту НУВГП - <http://nuwm.edu.ua/sp/akademichna-dobrochesnistj>.

Вимоги до
відвідування

Студенту не дозволяється пропускати заняття без поважних причин.

У випадку пропуску заняття студент має можливість відпрацювати тему на консультації, яка відбувається згідно Графіку консультацій кафедри маркетингу НУВГП https://docs.google.com/spreadsheets/u/1/d/1voxOyDlhM2VV6Oc_uno-QbDGQirpkEKUsdD1KFUL1YA/pubhtml?gid=1315430867&single=true

Студент має право оформити індивідуальний графік навчання згідно відповідного положення <http://ep3.nuwm.edu.ua/6226/>

При об'єктивних причинах пропуску занять, студенти можуть самостійно вивчити пропущений матеріал на платформі MOODLE <https://exam.nuwm.edu.ua/course/view.php?id=4890>

Здобувачі можуть на заняттях використовувати мобільні телефони та ноутбуки.

В умовах карантину лекції та семінарські заняття проводяться за допомогою Google Meet за корпоративними профілями.

ДОДАТКОВО

Правила отримання
зворотної
інформації про
дисципліну

За результатами кожного навчального семестру студенти заохочуються пройти он-лайн опитування стосовно якості викладання та навчання викладачем даного курсу та стосовно якості освітнього процесу в НУВГП. 3

За результатами анкетування студентів викладачі можуть покращити якість навчання та викладання за даною та іншими дисциплінами.

Результати опитування студентам надсилають обов'язково. Порядок опитування, зміст анкет та результати анкетування здобувачів минулих років та семестрів завантажені на сторінці «ЯКІСТЬ ОСВІТИ»:

<http://nuwm.edu.ua/porjadok-opituvannja>

<http://nuwm.edu.ua/sp/anketuvannja>

<http://nuwm.edu.ua/sp/rezuljtati-opituvannja>.

Оновлення змісту

За ініціативою викладача зміст даного курсу оновлюється

| | |
|------------------------------|--|
| навчальної дисципліни | <p>щорічно, враховуючи зміни у законодавстві України, наукових психолого-педагогічних дослідження особистості, діяльності та професійної діяльності, враховуючи досвід зарубіжних країн стосовно організації професійної діяльності фахівців певної галузі. При викладанні даної дисципліни враховано вимоги Закону України «Про вищу освіту» та нормативні документи щодо організації освітнього процесу у ЗВО, Стандарт вищої освіти зі спеціальності 075 Маркетинг https://mon.gov.ua/storage/app/media/vishcha-osvita/zatverdzeni. Студенти також можуть долучатись до оновлення дисципліни шляхом подання пропозицій викладачу стосовно новітніх змін у галузі педагогіки та психології та використання сучасних технологій навчання. За таку ініціативу студенти можуть отримати додаткові бали.</p> |
| Навчання осіб з інвалідністю | <p>Документи та довідково-інформаційні матеріали стосовно організації навчального процесу для осіб з інвалідністю доступно за посиланням http://nuwm.edu.ua/sp/dlja-osib-z-invalidnistju.</p> <p>У випадку навчання таких категорій здобувачів освітній процес даного курсу враховуватиме, за можливістю, усі особливі потреби здобувача. Викладач та інші здобувачі даної освітньої програми максимально сприятимуть організації навчання для осіб з інвалідністю та особливими освітніми потребами.</p> |

СТРУКТУРА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

| | | | | | |
|--|--|--|--|------------------------------------|--|
| Лекцій <u>16</u> год | | Прак./лабор./сем. <u>14</u> год | | Самостійна робота <u>60</u> год | |
| РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ – РН6 | | | | | |
| Вміти підвищувати ефективність маркетингової діяльності ринкового суб'єкта на різних рівнях управління, розробляти проекти у сфері маркетингу та управляти ними. | | | | | |
| Види навчальної роботи студента (що студенти повинні виконати) | | навчальні заняття; самостійна робота; контрольні заходи. | | | |
| Методи та технології навчання | | Проблемно-пошуковий метод; навчальна дискусія, науково-дослідні кейси. | | | |
| Засоби навчання | | Мультимедіа-, відео- і звуковідтворююча, проекційна апаратура (відеокамери, проектори, екрани, смартдошки тощо). Комп'ютери, комп'ютерні системи та мережи. Бібліотечні фонди. Інформаційно-комунікаційні системи. | | | |
| РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ – РН7 | | | | | |
| Вміти формувати і вдосконалювати систему маркетингу ринкового суб'єкта. | | | | | |
| Види навчальної роботи студента (що студенти повинні виконати) | | навчальні заняття; самостійна робота; контрольні заходи. | | | |
| Методи та технології навчання | | Проблемно-пошуковий метод; навчальна дискусія, науково-дослідні кейси. | | | |
| Засоби навчання | | Мультимедіа-, відео- і звуковідтворююча, проекційна апаратура (відеокамери, проектори, екрани, смартдошки тощо). Комп'ютери, комп'ютерні системи та мережи. Бібліотечні фонди. Інформаційно-комунікаційні системи. | | | |
| РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ – РН9 | | | | | |
| Розуміти сутність та особливості застосування маркетингових інструментів у процесі прийняття маркетингових рішень. | | | | | |
| Види навчальної роботи студента (що студенти повинні виконати) | | навчальні заняття; самостійна робота; контрольні заходи. | | | |
| Методи та технології навчання | | Проблемно-пошуковий метод; навчальна дискусія, науково-дослідні кейси. | | | |
| Засоби навчання | | Мультимедіа-, відео- і звуковідтворююча, проекційна апаратура (відеокамери, проектори, екрани, смартдошки тощо). Комп'ютери, комп'ютерні системи та мережи. Бібліотечні фонди. Інформаційно-комунікаційні системи. | | | |
| РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ – РН11 | | | | | |
| Використовувати методи маркетингового стратегічного аналізу та інтерпретувати його результати з метою вдосконалення маркетингової діяльності ринкового суб'єкта. | | | | | |
| Види навчальної роботи студента (що студенти повинні виконати) | | навчальні заняття; самостійна робота; контрольні заходи. | | | |
| Методи та технології навчання | | Проблемно-пошуковий метод; навчальна дискусія, науково-дослідні кейси. | | | |
| Засоби навчання | | Мультимедіа-, відео- і звуковідтворююча, проекційна апаратура (відеокамери, проектори, екрани, смартдошки тощо). Комп'ютери, комп'ютерні системи та мережи. Бібліотечні фонди. Інформаційно-комунікаційні системи. | | | |
| Усього за поточну (практичну) складову оцінювання, балів | | 60 | | | |
| Усього за модульний (теоретичний) контроль знань, модуль 1, модуль 2, бали | | 40 | | | |
| Усього за дисципліну | | 100 | | | |

*для екзаменаційних дисциплін співвідношення поточного (практичного) та модульного (підсумкового) контролів - 60 та 40

Лектор, д.е.н., професор

М. В.Мальчик

Асистент, ст. викл.

О.П. Коротун